

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/441277>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Теоретические основы оценки эффективности торговой организации в современных условиях 5

1.1 Понятие торговли и эффективности торговой организации 5

1.2 Цель и задачи проведения оценки эффективности торговой организации 12

2 Анализ эффективности торговой организации на примере ООО «ОптТрейд» 21

2.1 Общая организационно-экономическая характеристика торговой организации 21

2.2 Анализ товарооборота ООО «ОптТрейд» как основного показателя его эффективности 25

2.3 Оценка показателей эффективности функционирования организации 36

3 Пути и мероприятия по улучшению эффективности торговой организации ООО «ОптТрейд» 41

Заключение 45

Список использованных источников 47

Приложения 50

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

1.1 ПОНЯТИЕ ТОРГОВЛИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях современной экономики торговый процесс, то есть процесс купли-продажи товаров выступает в качестве функции торговой организации, которой осуществляется ее деятельность на базе полного хозяйственного расчета.

Согласно словам И.О. Смирнова, «торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственным образом оказывают воздействие как на жизненный уровень граждан страны, так и на развитие всего производства товаров для потребления» [22, с.87].

Исторически процесс развития товарного хозяйства является способствующим обособлению сферы обращения и выделению в ней отраслей посреднического характера - оптовой и розничной торговли. В современных условиях развития российской экономики динамичным образом развивается и внутренний рынок. Развитие в государстве внутреннего рынка имеет опору на большое количество межотраслевых, региональных, межрегиональных и мирохозяйственных связей. Опыт всего мира и практическая деятельность российских компаний демонстрируют, что функционирование всей системы указанных связей не представляется возможным без участия определенного коммерческого посредника, которым обеспечивается нужная всем звеньям интенсивность и ускорение всего процесса товародвижения, который уменьшает совокупные объемы нужных для его осуществления инвестиционных вложений и иных финансовых затрат, который уменьшает совокупную величину торговых расходов. В качестве звена, которое призванным является решать данного рода задачи, выступает оптовая торговля. При всем этом приобретение оптовой торговлей роли активного коммерческого посредника в условиях развитого рынка объективным образом обусловлено всей необходимостью «примирения» противоположных интересов и устремлений производителей и розничных торговцев. Первые имеют стремление к сбыту больших партий товаров, при всем этом применяя все возможности имеющегося массового производства, а второй имеет ориентир только на небольшие партии товаров, которые достаточно легко могут найти свой сбыт. Организуя движение товаров по каналам распределения, оптовый продавец фактически делает более синхронными процессы производства и потребления товаров. Оптовая торговля выступает в качестве предшественника розничной, в итоге существования оптовой

реализации товары не переходят в сферу личного потребления, они поступают либо в потребление компаний производственных, либо покупаются розничной торговлей для дальнейшей продажи населению. В связи с этим, оптовый товарооборот - совокупный объем продажи товаров производственным и торговым компаниям, а вместе с тем посредниками иным компаниям торговли и юридическим лицам с целью дальнейшей продажи населению или для потребления производственного характера [15, с.51].

Оптовая торговля является деятельностью по продаже товаров и услуг тем участникам процесса товародвижения, которые приобретают их с целью осуществления дальнейшей перепродажи или дальнейшей переработки.

Есть две важнейшие формы оптовой торговли:

- а) транзитная;
- б) складская [8, с.86].

При транзитной форме оптовой торговли товары доставляются от производителя в розничную торговую сеть или иного рода оптовой компании (более мелкой или которая находится в другом месте), при всем этом минуя склад оптовика-посредника. Данного рода форма имеет то преимущество, что становится более быстрым оборот, становятся ниже издержки логистики, повышается уровень сохранности товаров.

Применяют поставку транзитом в таких случаях, если не нужна промежуточная подготовка товара по качественному уровню, расфасовке, переборке и т.п. В данного рода случае у оптовика-посредника нет возможности сформировать ассортимент, помимо того ассортимента, что был отгружен ему производителем.

При складской форме реализации партия товара от производителя поступает на склад оптовой компании, а далее идет ее распределение по разным сбытовым каналам вплоть до розничной торговли. Вне зависимости от увеличивающихся издержек логистики, в данном случае более полным образом происходит удовлетворение потребностей торговли в подготовке предпродажного характера. Становится лучше вместе с тем уровень ритмичности снабжения розничных компаний, в том числе небольшими партиями, а это выступает достаточно удобным для них, открывается определенная возможность по формированию требуемого для каждого отдельно взятого розничного магазина товарного ассортимента.

Функции оптовой торговли могут быть разделены на два основных вида: традиционные - в основе своей организационно-технического характера (организация оптовой купли-продажи, складирование и хранение запасов, преобразование товарного ассортимента, транспортировка товаров) и новые, которые возникают под воздействием рыночного развития [14, с.226].

Оптовая торговля занимает важное место в экономике рыночных государств, так как имеет ряд преимуществ для производителей:

- а) поставляет товары без существенного изменения их внешнего вида - переработчикам, агентам по перепродаже и крупным потребителям;
- б) разгружает органы сбыта производителя, так как нет необходимости оформлять множество накладных, счетов, бухгалтерских документов и писем и другую документацию;
- в) снижаются затраты, связанные с реализацией продукции, поскольку вместо большого количества мелких розничных торговцев, поставки осуществляются в адрес небольшого перечня крупных оптовых торговцев.

Д.В. Копанев и С.Б. Квеско представляют такого рода определение розничной торговли: «Розничная торговля по самой собственной сути есть деятельность в сфере обмена, потребитель при всем этом обмене стремится к получению необходимых товаров и услуг, а розничный торговец - к прибыли» [11, с.143].

В итоге представленных определений может быть характеризована сфера торговли в качестве некоторой сложной системы, которая является совокупностью субъектов ведения торговой деятельности, которые осуществляют куплю-продажу товаров и оказание иного рода услуг в торговой сфере, регулирование функционирования которых происходит посредством общих и специфического характера мер организационно-экономического и нормативно-правового характера с целью достижения сбалансированности на рынке между торговым предложением и покупательским спросом [17, с.1310]. Согласно определениям понятия «торговли», которые были представлены, можно характеризовать розничную торговлю как сектор (отрасль) экономики, который является совокупностью всех операторов, которыми продаются товары и услуги разных видов конечным потребителям для их использования в личных, некоммерческих целях.

Розничные торговые компании в условиях современных рыночных отношений являются самостоятельным звеном сферы торговли и услуг. Торговая сеть обеспечивает определенную возможность быстрым, удобным способом, с минимальным уровнем затраты сил и времени покупать необходимые товары и услуги в условиях свободы выбора и некоторой широты ассортимента, недалеко от места работы и проживания в

удобном и нужном количестве [20, с.164].

Современная российская экономика может характеризоваться развитыми рыночными отношениями. В качестве одного из результатов данного процесса выступает образование товарных рынков и обострение внутри- и межотраслевого уровня конкуренции как между фирмами-производителями, так и между торговыми компаниями. Суть функционирования торговых компаний - в разработке удобств финансового характера, которые нужны для удовлетворения товарами разного рода потребностей современного сообщества.

В условиях рыночных отношений удачный торговый процесс исполняют те субъекты экономики, которые имеют желание и готовы взять более успешную стратегию данного процесса, потому что она гарантирует им самую большую сумму прибыли, это разъясняет характеристику торговли общественно-финансового плана.

Ресурсы поступают в такие отрасли и тем организациям, на товары (продукцию) которых имеется определенный уровень спроса. Далее нужно рассмотреть понятие эффективности, которое как раз применяют к использованию разного рода ресурсов.

Эффективность является качеством предприятия, которое состоит в том, что оно может формулировать свои цели и добиваться намеченных целей с учетом возможных факторов внутренней и внешней среды, а вместе с тем использовать социальным образом одобренные средства [25, с.191].

В качестве еще одного важного аспекта эффективности выступает и то, что ее проявление - в форме, которая представлена далее [16, с.22]:

- а) согласно функциональной подсистеме - технологической, экономической, социальной;
- б) согласно структуре хозяйства страны - хозяйство страны в общем и отраслевые структуры (на уровне отдельно взятых предприятий);
- в) согласно учету затрат - эффективность использования ресурсов, которые используются в производственном процессе;
- г) согласно способу установления уровня эффективности: абсолютная либо сравнительная.

Указанные формы эффективности современного бизнеса становятся все более важными не только для всей страны, но и для ее отдельно взятых предприятий. В последнее время все больше внимания уделяют социальной составляющей эффективности, направление которой - на развитие кадров и закрепление высокопрофессиональных специалистов в местном сообществе.

Немаловажную роль играет и уровень эффективности использования всех видов ресурсов, которая оказывает прямого характера воздействие на экономический эффект современного предприятия [24, с.3].

С целью оценки перспектив развития предприятия проводят оценку его эффективности.

В современном мире, когда экономический рынок характеризуется высоким уровнем неопределенности, конкуренцией и рисками, и успех предприятия зависит от множества внутренних и внешних факторов, важно иметь набор инструментов, которые позволяли бы наиболее объективно оценивать деятельность современного предприятия в краткосрочном и долгосрочном периоде, а также последствия принимаемых решений.

Проблема эффективности деятельности решается на всех уровнях экономики, от общества в целом и до отдельных подразделений предприятий. Проблема оценки эффективности предприятия до сих пор остается одной из самых сложных и трудноразрешимых. Повышение экономической эффективности, без сомнений, является одной из наиболее актуальных проблем экономики и необходимым условием успешной, долгосрочной деятельности любого предприятия.

Главной целью любого коммерческого предприятия является получение высокого и стабильного дохода. В наиболее общем виде экономическая эффективность производства представляет собой соотношение двух величин - результатов хозяйственной деятельности и производственных затрат, на основе которых можно судить об эффективности деятельности предприятия в целом [5, с.14].

В настоящее время сложились различные подходы к оценке эффективности деятельности, преимущественно основанные на методологиях, разработанных зарубежными учеными. Несмотря на то, что получение прибыли является главной целью всех предприятий, это не означает, что остальные задачи не важны.

Достижение всех целей должно быть предусмотрено решением соответствующих задач в краткосрочном и долгосрочном периоде. При этом нужно учитывать, что остальные цели будут реализованы, если предприятие будет получать стабильную прибыль от своей деятельности. Ведь за счет стабильного дохода будут формироваться пути для развития предприятия.

Вышесказанное позволяет раскрыть понятие трех разных видов экономической эффективности

коммерческой деятельности [3, с.97]:

1. Эффективность деятельности организации можно определить по-лученными результатами, которые отражают достижение поставленных задач и целей, и успехом на рынке среди конкурентов, отраженные в виде объема реализованной продукции и затраченных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994 (в ред. от 11.03.2024) / Консультант Плюс - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344731/.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 146-ФЗ от 31.07.1998 1994 (в ред. от 26.02.2024) / Консультант Плюс - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.
3. Алпатова Е.А. Диагностика эффективности предприниматель-ства / Е.А. Алпатова, А.А. Гранкин // Научное обозрение: Актуальные во-просы теории и практики: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. - Пенза: Наука и Просвещение, 2023. - С. 97-99.
4. Антелеева Т.А. Система показателей, характеризующих эконо-мическую эффективность деятельности организации / Т.А. Антелеева, К.Р. Шевякова // Современные тенденции управления и экономики в России и мире: цивилизационный аспект: материалы II всероссийской науч.-практ. конференции. - М.: ИД «ИМЦ», 2021. - С.195-198.
5. Ахмедзянов Р.Р. Факторы эффективности деятельно-сти органи-зации / Р.Р. Ахметзянов, Н.К. Корнеева // Вестник образовательного кон-сорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. - 2023. - №21. - С. 14-16.
6. Басуева С.Н. Варианты повышения эффективности деятельно-сти коммерческого предприятия / С.Н. Басуева // Управленческий учет. - 2023. - №11-2. - С. 841-848.
7. Воронков А.В. Факторы эффективности использования совре-менных форматов предприятий розничной торговли / А.В. Воронков, Ю.А. Наплекова, О.Н. Гореликова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2023. - №2. - С.154-164.
8. Дубаневич А.И. Оптовая торговля, ее задачи и роль в распре-делении товаров / А.И. Дубаневич, А.А. Иванова // Студенческий вестник. - 2021. - №1-4. - С.86-87.
9. Зайцева К.В. Проблемы и пути увеличения товарооборота тор-гового предприятия / К.В. Зайцева, А.Г. Печникова // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). - 2021. - №1. - С.655-657.
10. Камалудинова Р.И. Направления анализа оптового товарообо-рота / Р.И. Камалудинова, Д.А. Сулейманова // Гуманитарий и социум. - 2021. - № 1. - С. 15-17.
11. Копанев Д.В. Инструменты продвижения в сетях розничной торговли / Д.В. Копанев, С.Б. Квеско // Вестник науки. - 2023. - Т.1. - №6. - С.143-146.
12. Магомадов Э.М. Экономический анализ эффектив-ности предприятия / Э.М. Магомадова // Естественно-гуманитарные исследования. - 2023. - №3. - С.171-177.
13. Маккаева Р.С.А. Роль экономического анализа в эффективности управления организацией / Р.С.А. Маккаева, М.А. Эзербиева // Актуаль-ные вопросы современной экономики. - 2021. - №2. - С.15-22.
14. Максимова-Кулиева Е.А. Тенденции развития оптовой торгов-ли как элемента товарного обмена / Е.А. Максимова-Кулиева // Экономика и предпринимательство. - 2020. - № 12. - С. 226-230.
15. Медведева И.А. Характеристика состояния оптовой и рознич-ной торговли России / И.А. Медведева, Е.В. Кутяшева // Менеджмент: тео-рия и практика. - 2022. - №1-2. - С.51-57.
16. Меновщикова А.Н. Сущность и понятие эффектив-ности дея-тельности организации / А.Н. Меновщикова // Интерактивная наука. - 2022. - № 9(74). - С. 22-23.
17. Минкаилова М.М. Формы виды и особенности конкурентной борьбы в розничной торговле / М.М. Минкаилова, Р.С. Гайрбекова, А.У. Ушхо // Экономика и предпринимательство. - 2023. - №8. - С.1310-1314.
18. Мусаева Б.М. Особенности функционирования торговой орга-низации / Б.М. Мусаева // Деловой вестник предпринимателя. - 2021. - №3. - С.53-55.
19. Новиков Д.В. Способы повышения экономической эффектно-сти предприятия / Д.В. Новиков // Аллея науки. - 2021. - Т.1. - №4. - С.398-401.
20. Салгириев Э.Р. Социально-экономическая характеристика роз-ничной торговли и перспективы ее развития / Э.Р. Салгириев, К.Х. Илья-сова, Т.Х. Хаджимурадова // Вопросы устойчивого развития общества. - 2022. - №6. - С.163-168.
21. Сапрыгина А.А. Оценка эффективности деятельности коммер-ческой организации и пути ее повышения /

- А.А. Сапрыгина // Приоритет-ные направления инновационной деятельности в промышленности: сбор-ник научных статей V междун. научной конференции. - М.: КОНВЕРТ, 2021. - С.177-179.
22. Смирнов И.О. Азы бизнеса в сфере торговли / И.О. Смирнов // Global and Regional Research. – 2023. – Т.5. - №1. – С.87-94.
23. Столярова А.Н. Методы и методики комплексной оценки эконо-мической эффективности деятельности организации / А.Н. Столярова, М.А. Пономарева // Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней: сборник научных трудов. - Майкоп: Электронные издательские тех-нологии, 2021. - С.388-397.
24. Турысбекова Р.К. Основные аспекты оценки и анализа эффек-тивности финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Р.К. Туры-сбекова // Приднестровский научный вестник. - 2023. - Т.2. - №4. - С.3-7.
25. Файзуллина Р.Ф. Эффективность деятельности организации: методологические аспекты исследования / Р.Ф. Файзуллаева // Тенденции развития науки и образования. - 2023. - №97-7. - С.191-194.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/441277>